

聚焦

网络自制元年：自制综艺激荡互联网

本报记者 苗春

这些网络自制节目有专业电视制作班底操刀，一线主持人和明星加盟，引发的关注度不亚于电视综艺节目。

互联网思维的胜利

这些网络自制节目的成功绝非偶然。此前，网络自制节目往往模仿电视节目，杨晖指出，我国电视节目不分级，面向全民，但网络视频不然，已经细化了受众市场，选准了目标对象：“80后”、“90后”。他们是信息时代的优先体验者，获取信息的主要途径就是网络，而且不满足于仅仅使用网络，还要生产和分享网络内容，注重双向互动。综艺节目时长短，信息量丰富，选择性强，而且节奏快、更轻松，十分契合年轻人的口味。

杨晖早在2006年公司成立之初，就在业内率先提出TV2.0的概念，她也成为业内最早提出无限接近互联网的思维方式的人。所谓TV2.0，是指立体多向传播，给传统电视注入互联网精神，让电视还原到真正以受众为中心，强调互动与体验。多年来，唯众就是TV2.0的试验田。2009年，唯众就和土豆网合作，制作了国内第一个互联网真人秀节目，也是国内视频网站尝试自制的最早的节目《互联网的百万富翁》，6期节目累计4900万点击量，当年拿到众多大奖。“我们对互联网本身的理解和认知、我们的互联网思维，比其他公司更有优势。”

而乐视网有关负责人表示，作为同学们上传班级跑腿跑视频的最后一平台，就是请孩子们、老师和家长共同分享、欣赏、比较，娱己娱人，强健体魄，互相激发人生的正能量。

传统媒体、新媒体，融合是主流

中国网络视听产业白皮书披露，2013年，中国网络视频用户达4.05亿，全年网络视频广告规模超过90亿元，行业规模突破120亿元，在线视频成为中国互联网第一大时长服务。而中国互联网消费调研中心的一项调查显示，近半数调查者已基本不看电视节目；让调查者在电视节目和网络视频两者中做出选择时，有76.3%的调查者选择了网络视频。视频网站作为强势媒体平台与电视台平分秋色，必然要求自身从集纳平台向制播平台转变，必然要求在综艺、自制节目和自制剧上的突破。面对传统媒体和新媒体的博弈，与电视台和网络都合作过的民营公司，将助力电视台中兴还是为互联网再上层楼呢？

杨晖表示，作为一个优质的内容提供者，“应该是用户在哪儿你在哪儿。唯众不属于电视台也不属于网络，谁需要我，我就为谁服务，就看谁能帮我们把创意变成产品，谁和我们的价值观更接近。”在新媒体和传统媒体、娱乐和非娱乐节目中，她更看好网络、看好有娱乐精神的非娱乐节目、另类的娱乐节目。“唯众应该像一条鱼，在传统媒体与新媒体之间游弋，从两边吸收营养，然后自我成长，创新突破。”

乐视网宣传负责人指出，乐视不仅是一个媒体平台，更是一个话题制造者和眼球效应集中地。乐视网会基于产业的每一个节点，将自身独有的“话题性”标签与广告主品牌结合，创造出一个个精彩纷呈的传播空间。

无疑，视频网站自制节目的发展具有了天时地利人和的条件，从今年开始将持续以不可遏止的发展趋势成长。正如乐视网《我们一起来》主题歌《少年行》的歌词所说的：“我有一双不会累脚，我有一群不会累的伙伴。所有经历风雨的温柔与坚强，所有青春无悔的烦恼与成长，所有奔向未来的理想与张扬，所有冲破捆绑的热爱与癫狂！我要让世界为我激荡！”

今年上半年，有两档4月开播、6月结束的互联网自制节目引发线上线下强烈关注。一是4月10日开播、由腾讯视频研发出品、唯众传媒联合制作的全国首档大型调查类真人秀《你正常吗》，8期节目网络总点击量超过2亿。另一档是搜狐视频自制首档揭秘拍摄明星真人秀《隐秘而伟大》，4月21日开播，总播放量达1.01亿，受欢迎的程度超过了韩星金秀贤主演的同名票房冠军电影。其实，还有不少视频网站也在今年上线了自制节目。比如同样在4月份启动的国内首档原创少年团队成长励志真人秀节目《我们一起来》，已经陆续从沈阳、宁德、北京、大理上传“同班20位少年绑腿跑”的大量视频到乐视网，即将于6月28日在东方卫视和乐视网双平台同步播出。

2014年被称为网络自制节目的元年。一批形式新颖、各有特色的网络自制节目，冲破了过去娱乐至上、歌舞当家的电视综艺环境，亮出了网络媒体的新品牌。尽管今年遭遇美剧下线、电视媒体收紧版权，实施网络“独播”等问题，但一众网络媒体仍然风雨无阻，不断开发、上线形式新颖、灵活的各种节目，表现出旺盛的发展势头。

从低俗化、低口碑到“高大上”

2011年下半年，为了应对电视节目版权费的飞涨和国内视频网站之间的激烈竞争，网络媒体开始了成规模地自制节目的征程。几年来，搜狐的《大鹏嘣吧嘣》，优酷的《晓说》，爱奇艺的《汉字英雄》，腾讯的《爱呀幸福男女》，乐视网的《星月私房话》等，都曾经各自引领网络自制节目的风骚。

今年，“一剧两星”新政、广告和资本蜂拥而入使视频网站获得发展良机，而美剧版权问题以及电视媒体收紧版权、实施网络“独播”，也在刺激视频网站加快自制内容的开拓。网络综艺节目作为视频网站实力的象征和尚未被大规模开发的领域，引发爱奇艺、优酷土豆、搜狐、腾讯、乐视、56网等纷纷出手，如优酷宣布斥资3亿元自制内容，搜狐2014年针对自制内容的投入将是2013年的2倍。

与以往视频网站自制节目基本上局限于脱口秀、对话等低成本样式，或者打暴力色情擦边球的低俗化做法不同，如今财大气粗的视频网站开始在自制内容上跨入“高大上”的行列。

《你正常吗》的制作方上海唯众是致力于原创追求，以提供优质视频内容为核心竞争力的跨媒体整合运营商，与光线、灿星被誉为民营媒体“三巨头”，曾制作了《波士堂》、《开讲啦》、《爱拼才会赢》等数十档电视节目，央视、东方卫视、东南卫视等都是它的合作对象。《你正常吗》由唯众与目前国内最大的提供专业策略性研究咨询服务的集团公司之一零点调查合作，以近千万网友的网络调查数据为基础，以革命性的形态、颠覆性的玩法，使这档节目以黑马之姿在竞争激烈的互联网出品综艺中胜出。唯众总裁杨晖说，“这个节目用简单化生活化的题目唤醒了人们的自我意识，也成为很有价值的社会风向标，获得了远超一般节目的娱乐意义。”中国传媒大学教授苗楦评价：“《你正常吗》已经超越了一些低成本语言类网络节目，从各方面投入相当大，甚至不比电视节目差。”

《隐秘而伟大》的整蛊明星真人秀模式，是目前电视台还没有涉猎，但比较适合网络的节目形态。该节目的制作团队是韩国风靡十多年的王牌节目《隐藏的摄像机》原班人马。节目中明星们不知道摄像机就埋伏在身边，互相“欺瞒”，制造了各种各样令人忍俊不禁的“笑果”。



中国民俗文化北美行

由中国对外文化交流协会和美国史密森学会共同主办、中国对外文化集团公司与美国史密森民俗与文化遗产中心共同承办的2014年史密森民俗“中国：传统与生活的艺术”主题活动将于6月25日至29日、7月2日至6日在美国华盛顿国家大草坪举办。7月11日至13日，这场活动还将在加拿大多伦多港前艺术中心举办的加拿大中国节上再次亮相。

金大钧首次绘画作品个展在京亮相

本报北京电（记者徐蕾）日前，由致公党北京市委、北京市美术家协会主办，北京银谷艺术馆承办的金大钧绘画作品展在北京开幕。此次展览是金大钧首次个展，分古装仕女和花鸟两个系列，展出其历年来的精品力作近70件，包括《玉环赏花图》、《太真戏鸢图》、《黛玉葬花》、《红叶樱桃》、《傲霜》等代表作。

金大钧，又名爱新觉罗·大钧，清太祖努尔哈赤之十五子豫亲王多铎十二世孙。现为北京市美术家协会会员。有百余幅作品在国内、香港、台湾地区及美国、新加坡、欧洲等地参加大型美展并多次获大奖。

神州

“青作计划”三度起航 寻找中国“乐队好声音”

宋冰



“近两年有不少媒体都在发起对“中国好声音”或“中国最强音”的寻找，表达了对“青年人才”和“精品新作”的渴求，而这一需求也延伸到各个领域。早在2010年，中国就已开始了一场特殊的“寻音”之旅，即寻找属于中国自己的严肃音乐作品，真诚打造了“青年作曲家计划”这一平台，鼓励音乐创作、挖掘人才新秀。如今，第三期“计划”将再次面向社会敞开大门。

观察

我在现场

“民谣在路上”全面升级“新乐府”

文冰

国内知名巡演品牌“民谣在路上”历时4年进行了近260场的全国巡演，演员阵容几乎涵盖了整个华语音乐圈近90%的民谣歌手。使民谣音乐在经过上世纪90年代的校园民谣时期之后，又有了新的生长点和更深刻的定义，成为了华语音乐最具影响力的第一品牌。

“乐府”做为中国传统诗歌诗体的一种，与古体诗、近体诗构成古典诗歌中的三大类，原指合音乐以唱的歌诗，同时也是自秦代以来朝廷设立的管理音乐的机构，从某种意义上讲，“乐府”已经成为了一种诗歌的体裁和载体。十三月文化一直致力于挖掘、推广真正优秀的中国原素的音乐和音乐家。经过不懈的努力，推出了以苏阳的宁夏花儿、山人乐队的云南民歌、马条新疆的异域风情和川子的北京本土音乐为代表的一系列堪称经典的作品。智能语音核心技术代表了世界的最高水平的并且拥有国内唯一的面对三网用户的彩铃分发能力的科大讯飞与十三月合作成立了“新乐府”这



样一个音乐版权数据库。在未来的合作中将专注于采风、收集、整理、制作大量的优秀的原生态音乐以及戏曲类作品。利用科大讯飞这样一个拥有强大用户资源的平台以及世界领先的语音识别技术，使优秀的原生态音乐和经典的戏曲唱段将以非常得体的方式与丰富的流行音乐原素进行包装，以世界领先的语音识别技术呈现于观众面前。

做为第一次亮相的“民谣在路上，新乐府”长沙站，汇聚了龚琳娜、霍尊、山人乐队、零点乐队的强大阵容。十三月文化负责人卢中强表示：与科大讯飞的合作将使中国民谣更加专注于中国原素的发掘和包装。而“新乐府”也将做为中国第一个世界音乐品牌与乐视网、虾米网等媒体合作，年内制作发行5张“新乐府”合辑。

2014年下半年，十三月与科大讯飞也将会与国际上一些著名的世界音乐品牌联手打造“新乐府”这个品牌。让全世界都能听到真正的“中国好声音”和“中国好歌曲”。

寻梦：给年轻人一个“听到自己”的机会

著名作曲家陈其钢表示：“任何一门技艺都要经过千锤百炼才能炉火纯青，管弦乐作曲家的成长除了不断地学习和写作之外，最重要的就是能够听到自己作品的演奏，从而建立正确的听觉经验。没有这个‘听到自己’过程，再大的天才也写不出好作品。”他还强调，这个计划绝不是一个简单的音乐比赛，而是一个音乐创作的推动系统，一项旨在支持和发展艺术事业的特别计划。如果把该系统与全世界的音乐节和音乐委托机制相结合，相信在将来，会有实现繁荣中国音乐甚至影响世界音乐创作潮流的可能。

在首期计划中获得首奖的杜薇也深有体会，她说：“年轻作曲家能得到乐团和指挥重视的机会是很少的，而一场交响乐作品演奏下来的费用则是惊人的，这对于年轻作曲家来说简直是天文数字。所以要特别感谢大剧院为这些致力于作曲事业的年轻人解决了资金方面的后顾之忧，使其能够全身心地投入创作。”

荷兰新乐团总监、著名作曲家约埃尔·邦斯说：“这样的计划对我来说很有趣，因为在荷兰我们也有这种类似于‘工作坊’的与作曲家长期沟通的机制。交流和互动对一个青年作曲家是一个非常好的学习机会。因为他们有平台和成熟的交响乐团共同演出，我们收到的参选乐谱有很多变化，可能一开始是这个样子，而之后又变成了另外的样子，我们可以看到青年作曲家学习的过程。作曲并不是一个抽象的玄妙的东西，它是声音和时间之间、人与人之间、人与乐器之间的默契，你会把想法想方设法在纸上呈现，这是一个非常有趣的过程。”

追梦：第三期计划再度起航

自2010年底到2013年底，“青作计划”经过三年两期的探索，已受到越来越多业界的关注和青年作曲家的参与。首期计划就经过国内外7位专业评委对75部作品历时半年的评审和筛选，最终平均年龄只有25岁的3位年轻作曲家脱颖而出。第二期计划从周期到规模都有所扩大，不仅参赛选手的范围由中国本土作曲家延展到了符合年龄要求的全球华人，而获得展演机会的作品亦从首期的8部增至12部。

经过3年的摸索与经验积累，第3期青年作曲家计划将再次扬帆起航，在评选规则方面，第3期将扩展新的评审形式，增设“观众喜爱作品奖”。此奖项将由观众与乐手在终评音乐会现场共同评出。

莱比锡广播交响乐团音乐总监、著名指挥家克里斯蒂安·雅尔维表示：这里有世界上独一无二的模式，这样的模式并不是一种竞争的关系，而是更多的是对青年人的一种鼓励。我在德国莱比锡交响乐团很荣幸能够参与到这个计划当中来，让欧洲的艺术家和交响乐团能够参与到计划中来对欧洲的艺术家会有很多启示和借鉴之处。

圆梦：“青作计划”产生“连锁效应”

值得一提的是，前两期计划所产生的“后续效应”也相继浮出水面。通过计划崭露头角的青年作曲家们已获得了越来越多国际专业音乐机构的关注，譬如美国费城交响与德国莱比锡广播交响乐团就分别在迪图瓦和克里斯蒂安·雅尔维的执棒下，演奏了首期计划获奖者杜薇的《哀晴丝·惊梦》，第二期计划首奖得主肖瀛的《天边一朵云》也将在今年5月赴英国格拉摩根现代音乐节演出，而在4月份的国家大剧院第四届中国交响乐之春中，贵阳交响乐团还将演奏叶彦辰的《碧塔海之晨》。

此外，各机构也都将在今年陆续对获奖作曲家进行新的委约创作。比如国家大剧院、英国格拉摩根现代音乐节、法国国家广播电台等，著名作曲家保罗·梅耶就将对肖瀛进行作品委约；法国国家广播电台将参照此前陈其钢的《五行》来委约青作计划获奖者创作一部新作；杜薇与肖瀛分别将接受格拉摩根现代音乐节的委约，新作品将于2015年5月在英国首演。值得一提的是，杜薇在获得首期优胜后，还得到了国际委约的歌剧创作的机会，其作品名称为《为时已晚》。

正像积累自己的经典剧目一样，“青作计划”将逐渐积累一批有水准、有分量、有价值的优秀音乐作品。

首席评审专家陈其钢说：“这是向青年人敞开怀抱的一个平台和渠道，重要的是过程和后期持续的创作状态。他们的作品还有不尽如人意的地方，那是很正常的。希望大家能像对待自己的孩子一样支持他们，爱护他们，理解他们，当然也要严厉地批评他们。因为，他们是中国音乐的未来。”